

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



**Influencia del Green Marketing y personalidad de marca en la
recordación de marca de la generación Z**

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Marketing y Negocios
Internacionales

Autores:

Yajaira Erika Chávez Cubas
Karen Eliza Pérez Rojas
Kevin Steven Campuzano Boutin

Asesor:

Dr. Jose Joel Cruz Tarrillo

Tarapoto, noviembre 2025

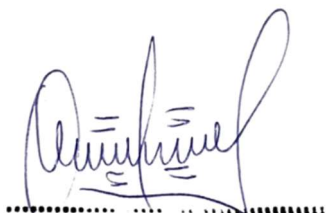
DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo Jose Joel Cruz Tarrillo, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“Influencia del Green Marketing y personalidad de marca en la recordación de marca de la generación Z”** de los autores **Yajaira Erika Chávez Cubas, Karen Eliza Pérez Rojas, Kevin Steven Campuzano Boutin** tiene un índice de similitud de 12 % verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Tarapoto, a los 7 días del mes de noviembre del año 2025.



Dr. Jose Joel Cruz Tarrillo
DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
DNI: 45431471



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En San Martín, Tarapoto, Morales, a los 07 día(s) del mes de noviembre del año 2023... siendo las 11:00 horas, se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, bajo la dirección del (de la) presidente (a): Mtra. Vivencia De la Cruz Rojas... secretario(a): Mtra. Robin Alexander Díaz Saavedra... y los demás miembros: Mtra. Gimena Paredes Ramírez... y el (la) asesor(a) Dr. José Jael Cruz Tarillo... con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado "Influencia del Green Marketing y Personalidad de marca en la recordación de marca de la generación Z."

- a) Yajaira Erika Chávez Cubas
b) Karen Eliza Pérez Rojas
c) Kevin Steven Campuzano Boutin

conducente a la obtención del título profesional de: Licenciado en Marketing y Negocios Internacionales

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (a la) / a (los) (las) candidato(a)/s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por al (a la) / a (los) (las) candidato(a)/s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Bachiller (a): Yajaira Erika Chávez Cubas

Table with columns: CALIFICACIÓN, ESCALAS (Vigesimal, Literal, Cualitativa), Mérito. Row 1: APROBADO, 16, B, BUENO, MUY BUENO

Bachiller (b): Karen Eliza Pérez Rojas

Table with columns: CALIFICACIÓN, ESCALAS (Vigesimal, Literal, Cualitativa), Mérito. Row 1: APROBADO, 16, B, BUENO, MUY BUENO

Bachiller (c): Kevin Steven Campuzano Boutin

Table with columns: CALIFICACIÓN, ESCALAS (Vigesimal, Literal, Cualitativa), Mérito. Row 1: APROBADO, 16, B, BUENO, MUY BUENO

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del jurado invitó al (a la) / a (los) (las) candidato(a)/s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

Signature of Presidente/a

Signature of Asesor/a

Bachiller (a)

Signature of Miembro

Bachiller (b)

Signature of Secretario/a

Miembro

Bachiller (c)

Contenido

<u>Influencia del Green Marketing y Personalidad de Marca en la Recordación de Marca de la generación Z</u>	5
<u>Resumen</u>	5
<u>Influence of green marketing and brand personality on brand recall among Generation Z</u>	6
<u>Abstract:</u>	6
<u>Introducción</u>	7
<u>Revisión de la literatura</u>	9
<u>Marketing verde y personalidad de marca</u>	9
<u>Personalidad de marca y recordación de marca</u>	10
<u>Green marketing y recordación de marca</u>	12
<u>Figura 1: Modelo teórico de la investigación</u>	13
<u>Metodología</u>	14
<u>Muestreo y análisis de datos</u>	14
<u>Resultados</u>	16
<u>Tabla 1: Información sociodemográfica</u>	17
<u>Tabla 2: Estadísticos descriptivos, consistencia internas y correlación entre las variables de estudio</u>	18
<u>Tabla 3: Comprobación de hipótesis</u>	19
<u>Figura 2: Modelo estructural propuesto</u>	19
<u>Discusión</u>	20
<u>Conclusiones</u>	22
<u>Referencias</u>	23

Influencia del Green Marketing y Personalidad de Marca en la Recordación de Marca de la generación Z

Resumen

En un contexto aún más consciente del impacto ambiental, el *marketing* verde (MV), la personalidad de marca (PM) y la recordación de marca (RM) influyen en la generación Z. Esta generación, digital y sensible al medio ambiente, redefine las expectativas hacia las marcas. Empleando una metodología de tipo explicativo, con enfoque cuantitativo, diseño no experimental y el modelo de ecuaciones estructurales (SEM) se recolectó información mediante encuestas y se analizó las respuestas de 372 clientes. Los resultados mostraron correlación entre las tres variables, y el modelo teórico tuvo un ajuste adecuado a los datos: el MV tiene un efecto positivo en la RM ($\beta = .10, p < .05$), así también la PM en la RM ($\beta = .76, p < .001$) y el efecto del MV en la PM ($\beta = .56, p < .001$). Estos valores responden satisfactoriamente a las hipótesis efectuadas, confirmando las relaciones entre el MV, la PM y la RM en el contexto de la generación Z. Los coeficientes mediante el modelo de ecuaciones estructurales demostraron efectos positivos y significativos.

Palabras clave: marketing verde, personalidad de marca, recordación de marca, generación Z